dalam jangka panjang dan merumuskannya dengan jelas.

Visi Ciputra yang memiliki jangkauan jauh ke depan dapat dilihat dari puluhan proyek-proyek besarnya, seperti Kota Mandiri BSD dan Kota Taman Bintaro Jaya, yang sebelumnya merupakan daerah sepi hingga dijuluki "tempat jin buang anak". Demikian juga dengan Taman Impian Jaya Ancol. Seperti ditulis Bondan Winarno dalam bukunya "Kiat Menjadi Konglomerat (Pengalaman Grup Jaya)", visi Ciputra tentang Ancol adalah sebagai berikut: "Jakarta adalah kota pantai. Ancol adalah satu-satunya pantai yang paling dekat dengan kawasan permukiman. Jaya bisa mengembangkan Ancol menjadi pantai nomor satu. Ancol akan menjadi pantai emas." Ancol sebagai pantai emas, seperi diimpikan Ciputra tahun 1964, telah tercapai. Padahal, 33 tahun lalu Ancol hanyalah daerah rawa-rawa yang banyak dihuni kawanan monyet.

*Visi Ciputra juga terlihat dari rencananya menjadikan Jl. Satrio di Kuningan menjadi kawasan seperti Orchard Road di Singapura. Di sini Ciputra akan menggabungkan empat fungsi dalam satu superblok: hotel, pusat belanja, apartemen, dan taman bertema (*theme park*). Superblok yang ada saat ini, menurut Ciputra, umumnya baru menggabungkan 2-3 fungsi.*

"Pak Ci bisa memikirkan apa yang tak terpikir oleh kami," ujar Budiarsa Sastrawinata, menantunya, yang menangani sejumlah proyek Ciputra.

Kepada para stafnya, Ciputra juga selalu menekankan pentingnya kepuasan pelanggan. Begitu besar perhatian Ciputra terhadap hal ini, hingga ia tak jemu-jemu mensosialisa-sikan formulanya tentang 10 aspek yang menentukan kepuasan pelanggan. Karena itu, di jajaran Grup "Si Pengembang", rumusan ini sering juga disebut sebagai "10 Doktrin Ciputra".

Faktor apa saja yang Anda perhatikan dalam mengembangkan inovasi produk?

Pengembangan produk apapun harus didasarkan pada rumus 3 C: *customers, competitor, company*. Dari segi *customer*, produk harus disesuaikan dengan kecenderungan baru yang mempengaruhi minat konsumen. Sebut saja pusat belanja, sebagai contoh. Berdasarkan riset, diketahui bahwa orang yang belanja sekarang bukan hanya wanita atau ibu rumah tangga. Anak juga merupakan faktor yang menentukan keputusan untuk berbelanja. Lalu, tren pusat belanja tidak lagi menjadi sekadar tempat berbelanja, tapi tempat seluruh keluarga berekreasi. Karena itu, pusat belanja yang dikembangkan harus bisa menjadi tempat rekreasi yang menarik.

Pusat belanja itu juga harus memiliki unsur-unsur baru dibandingkan dengan apa yang sudah dikembangkan competitor. Kalau bisa malah yang belum pernah dibuat oleh pengembang lain. Anda harus membangun lebih baik dan menjual lebih murah dari pesaing Anda. Tapi awas, jangan ikut orang yang dengan sengaja salah hitung. Kalau itu Anda lakukan, Anda akan rugi dan menyelesaikan pekerjaan dengan tidak baik. Akhirnya, Anda akan dikejar-kejar konsumen.

Yang juga penting, produk itu harus disesuaikan dengan kemampuan perusahaan (company). Kita tidak bisa membangun produk sebagus apapun, kalau itu akan membuat perusahaan banyak utang dan akhirnya jadi susah.

BERSAMA SUDWIKATMONO, SUDOMO SALIM DAN ISMAIL SOFYAN

Bagaimana proses perencanaan di lingkungan perusahaan Anda?

Saya harus jujur mengemukakan bahwa tidak semua perusahaan di lingkungan "Si Pengembang" memiliki litbang yang bisa diandalkan. Perencanaan dilakukan secara keroyokan oleh para arsitek, bagian pemasaran dan direksi. Proses *brainstorming* ini bisa berlangsung beberapa kali dalam seminggu.

Anda juga tercatat sebagai pelopor penggunaan jasa konsultan dari luar negeri. Seberapa besar peranan mereka?

Peran mereka mungkin seperti tailor (penjahit). Kalau kita orang awam, model busana kita ditentukan oleh penjahit. Tapi kalau kita mengerti busana, kita yang menen-

tukan modelnya dan penjahit hanya bertugas menjahit model yang kita rancang.

Kepada para staf saya, saya selalu menumbuhkan kepercayaan bahwa pakar asing pun tidak memegang kebenaran mutlak. Saya selalu berusaha menularkan tiga kekuatan yang bisa dikembangkan secara individual untuk meningkatkan kekuatan perusahaan, yaitu: *the power of thinking, the power of dream, the power of dialog.*

Artinya, konsep dari konsultan luar negeri itu juga bisa diubah?

Tentu. Saya beri contoh ketika kami merancang Mal Pondok Indah. Saya minta pada Design Group untuk membuat konsep yang memungkinkan pemasangan advertising di luar gedung. Konsultan asing itu semula menolak, dengan alasan hal itu akan merusak arsitektur gedung. Pendapat itu saya debat: "Merusak itu pandangan siapa, arsitek atau konsumen. Pandangan arsitek mungkin merusak, tapi konsumen justru akan senang. Bukankah serangga juga mencari lampu?"

Selain itu, dengan konsep pemasangan iklan di luar gedung, perusahaan meraih tiga keuntungan. Pertama, gedung jadi terang dan meriah. Kedua, biaya listriknya dibayar pemasang iklan. Ketiga, perusahaan memperoleh uang sewa.

BERSAMA PARA PUCUK PIMPINAN GRUP MD

Dari mana Anda peroleh ide ini?

Inspirasi ini antara lain saya peroleh dari Hong Kong. Jalan-jalan di sana meriah karena dipenuhi lampu advertensi. Saya tidak bisa membayangkan Hong Kong tanpa lampu-lampu yang meriah itu.

Bagaimana Anda melihat dampak pembangunan infrastruktur terhadap bisnis properti?

Infrastruktur membuka "lahan-lahan" baru bagi bisnis properti. Zaman dulu, lahan-lahan yang terpenting adalah dekat pelabuhan. Lalu, ketika transportasi kereta api mulai digunakan, lahan yang terpenting di dekat stasiun kereta api. Begitu juga ketika pesawat terbang makin berperan dan bandar udara dibangun, lahan yang penting adalah antara bandara dan kota. Dan, ketika jalan tol dan *highway* dibangun, maka lahan yang penting adalah yang berada di sepanjang jalan dan di muara-muara highway tersebut. Jadi, kelima jenis infrastruktur tadi akan menciptakan lahan-lahan baru.

Proyek Bintaro Jaya dan BSD, tampaknya mengambil manfaat besar dari pembangunan infrastruktur?

Ada kalanya kita yang memulai mengembangkan kawasan, lalu investor di bidang infrastruktur melihat kesempatan.

Kalau visi salah, biasanya konsep, strategi dan *action plan*-nya juga salah. Banyak orang yang ahli membuat *action plan*, tapi bila visinya salah, konsep dan strateginya pun akan salah.

Setelah itu baru mereka membangun. Misalnya, Bintaro Jaya dan BSD telah kita bangun, lalu investor melihat peluang membangun infrastruktur ke sana. Investor *triple decker* juga melihat ada kesempatan, ada market dari BSD, Bintaro dan Pondok Indah. Bagaimana mentransfer orang-orang yang tinggal di sana ke arah tengah kota dan utara.

Berbeda dengan proyek Pantai Indah Kapuk. Jalan tol yang dibangun lebih dulu, lalu kami membangun di lokasi itu. Jadi, pendekatannya bisa dua. Pertama, proyek properti memberi kesempatan pada infrastrukur. Kedua, infrastruktur yang memberikan kesempatan pada properti.

Karena itu Anda belakangan ini terlibat dalam proyek infrastruktur?

Ya. Kami, Grup Jaya dan Grup Ciputra, memang terlibat dalam pembangunan infrastruktur. Grup Jaya membangun infrastruktur yang menghubungkan BSD dan Bintaro. Grup Ciputra yang membangun kota baru di Surabaya, melihat bahwa terjadi kekurangan fasilitas air. Untuk membangun fasilitas air, panjangnya 30 kilometer. Nah, terpikir oleh kami, mengapa tidak membangunnya untuk seluruh kota Surabaya saja. Itu berarti properti kami memberikan ide untuk membangun jaringan air untuk seluruh kota. Jadi, kami memang akan masuk ke bisnis infrastruktur. Syaratnya, kalau infrastruktur itu ada hubungannya dengan proyek kami.

Fasilitas pendukung di kawasan permukiman, sebaiknya dibangun sekaligus di awal atau bertahap?

Fasilitas merupakan unsur ketiga dari 10 faktor yang menentukan kepuasan pelanggan. Konsumen harus dipuaskan dengan pengadaan fasilitas umum dan fasilitas sosial selengkapnya. Tapi fasilitas itu tidak harus dibangun sekaligus pada tahap awal pengembangan. Jika fasilitas selengkapnya langsung dibangun, harga jual akan langsung tinggi. Ini tidak akan memberikan keuntungan kepada para pembeli pertama, selain juga merupakan risiko besar bagi pengembang. Sebab, bila resesi datang, biaya uang (*cost of money*) akan melambung dan pengembang akan menderita.

MENGAMATI MAKET SUPERBLOK CIPUTRA : MENGHADIRKAN WAJAH ORCHARD ROOD DI JAKARTA

Fasilitas dibangun bertahap, sesuai dengan peningkatan kepadatan permukiman. Urutannya sebagai berikut: tempat ibadah, sekolah, tempat perbelanjaan, fasilitas kesehatan, fasilitas olahraga.

Ciputra memiliki saham di lima kelompok usaha (Grup Jaya, Grup Metropolitan, Grup Pondok Indah, Grup Bumi Serpong Damai, dan Grup Ciputra).

Dari kelima kelompok usaha itu, Ciputra tidak menutupi bahwa sebenarnya ia meletakkan loyalitasnya yang pertama kepada Jaya. Pertama, karena ia hampir identik dengan Jaya. Dari sini lah jaringan bisnis propertinya dimulai. Sejak perusahaan itu dibentuk tahun 1961, Ciputra duduk dalam jajaran direksinya selama 35 tahun: 3 tahun pertama sebagai direktur dan 32 tahun sebagai direktur utama, hingga ia mengundurkan diri pada tahun 1996 lalu dan menjadi komisaris aktif. Kedua, adalah kenyataan bahwa setelah Pemda DKI, Ciputra adalah pemegang saham terbesar di Jaya.

PT Metropolitan Development adalah perusahaannya yang ia bentuk tahun 1970 bersama Ismail Sofyan, Budi Brasali, dan beberapa mitra lainnya. Jaringan perusahaan ini, kini mencakup sekitar 54 anak usaha yang selain bergerak di sektor properti juga mengembangkan sejumlah industri yang terkait dengan bisnis properti.

Kelompok usaha Ciputra ketiga adalah Grup Pondok Indah (PT Metropolitan Kencana) yang merupakan usaha patungan antara PT Metropolitan Development dan PT Waringin Kencana milik Sudwikatmono dan Sudono Salim. Grup ini antara lain mengembangkan Perumahan Pondok Indah dan Pantai Indah Kapuk.

Kelompok usahanya yang keempat adalah PT Bumi Serpong Damai, yang didirikan awal tahun 1980-an. Perusahaan ini merupakan konsorsium 10 pengusaha terkemuka—antara lain Sudono Salim, Eka Tjipta Widjaja, Sudwikatmono, Ciputra dan Grup Jaya—yang mengembangkan proyek Kota Mandiri Bumi Serpong Damai seluas 6.000 hektar, proyek jalan tol BSD-Bintaro-

Pondok Indah, dan lapangan golf Damai Indah Golf.

Grup Ciputra adalah kelompok usahanya yang kelima. Grup usaha ini berawal dari PT Citra Habitat Indonesia, yang pada tahun 1990 diakuisisi seluruh sahamnya dan namanya diubah menjadi

Ciputra Development (CD). Ciputra menjadi dirutnya dan keenam jajaran direksinya diisi oleh anak dan menantu Ciputra. Pertumbuhan Ciputra Development belakangan terasa menonjol dibandingkan keempat kelompok usaha Ciputra lainnya. Dengan usia paling muda, CD justru yang pertama go public *di pasar modal pada Maret 1994. Baru beberapa bulan kemudian Jaya Real property menyusul.*

Total aktiva CD pada Desember 1996 lalu berkisar Rp2,85 triliun, dengan laba pada tahun yang sama mencapai Rp131,44 miliar. CD kini memiliki 4 proyek skala luas: Perumahan Citra 455 Ha, Citraraya Kota Nuansa Seni di Tangerang seluas 1.000 Ha, Citraraya Surabaya 1.000 Ha, dan Citra Indah Jonggol 1.000 hektar. Belum lagi proyek-proyek hotel dan mal yang dikembangkannya, seperti Hotel dan Mal Ciputra, serta superblok seluas 14,5 hektar di Kuningan Jakarta. Grup Ciputra juga mengembangkan Citra Westlake City seluas 400 hektar di Ho Chi Minh City, Vietnam. Pembangunannya diproyeksikan selama 30 tahun dengan total investasi US$2,5 miliar. Selain itu, CD juga menerjuni bisnis keuangan melalui Bank Ciputra. dan bisnis broker melalui waralaba Century 21.

Kita tidak bisa membangun produk sebagus apapun, kalau itu akan membuat perusahaan banyak utang dan akhirnya jadi susah.

Sejak beberapa tahun lalu, Ciputra menyatukan kelima grup usahanya—terutama untuk proyek-proyek propertinya— ke dalam sebuah aliansi pemasaran. Aliansi itu semula diberi nama Sang Pelopor, tapi kini telah diubah menjadi Si Pengembang. "Nama Sang Pelopor terkesan arogan dan berorientasi kepada kepentingan sendiri," ujar Ciputra tentang perubahan nama itu.

Setelah Anda tak lagi menjadi Dirut Jaya, ada yang mempertanyakan apakah kinerja grup ini akan tetap baik?

Kalau tongkat estafet kepemimpinan

SAAT MENERIMA PENGHARGAAN CEO TERBAIK VERSI MAJALAH *SWA*

Komitmen adalah janji. Dan janji adalah hutang yang harus dibayar, baik kepada masyarakat maupun kepada diri sendiri

diserahkan dengan cara dan waktu yang tepat, tidak akan berpengaruh besar pada perkembangan perusahaan lebih lanjut. Dalam masa transisi, pengganti saya mungkin memikul beban sedikit berat, tapi untuk selanjutnya saya yakin akan berhasil.

Saya juga telah berjanji kepada para pemegang saham Grup Jaya, bahwa saya akan bertanggung jawab untuk terus membina kelompok usaha ini agar berjalan baik. Juga terhadap perusahaan lainnya dalam lingkungan Si Pengembang, di mana saya sudah tidak lagi menjadi *chief executive*.

Caranya?

Di Jaya, saya menjadi komisaris aktif.

Pengertian komisaris aktif itu apa?

Komisaris biasanya hanya berperan dalam rapat pemegang saham. Ia hadir untuk mendengar laporan direksi, menyetujui rencana tahunan, menyetujui penjualan barang tidak bergerak, menyetujui pinjaman, dan hal-hal lain seperti diatur oleh anggaran dasar. Sebagai komisaris aktif saya akan berperan lebih dari itu. Saya akan masih memberikan visi makro tentang arah dan perkembangan perusahaan, sedangkan visi mikronya ditangani oleh dirut baru. Mungkin ada kemiripan dengan peran menteri senior Singapura Lee Kuan Yew, yang kebetulan juga pensiun dari jabatan perdana menteri pada usia 65 tahun. Kalau Lee Kuan Yew memikirkan visi makro kenegaraan, saya memikirkan visi makro perusahaan.

Wewenang komisaris aktif itu sejauh mana?

Komisaris aktif akan menyampaikan visi, konsep dan strategi perusahaan, serta ikut bersama-sama direksi menyetujui sampai tahap action plan. Dan bersama direksi, ikut rapat untuk mengawasi pelaksanaan action plan tersebut. Mungkin juga ikut menemui relasi, seperti baru-baru ini saya diajak Tanto Kurniawan menemui investor Jaya Real Property.

Bagaimana dengan kaderisasi di Ciputra Development?

Ciputra development (CD) baru aktif 8 tahun, sedangkan anak-anak saya rata-rata baru bekerja lima tahun. Mungkin butuh sekitar lima tahun lagi, baru saya serahkan kepada mereka. Regenerasi itu kan ibarat menanam pohon, tidak cukup hanya dengan bibit unggul dan pemberian pupuk yang baik. Tapi juga perlu waktu, perlu sinar matahari dan perawatan yang seksama agar terhindar dari hama dan akhirnya menghasilkan buah yang baik.

Kabarnya Candra akan dipromosikan untuk menggantikan Pak Ci di CD?

Ha ha ha, kalian ini kerjanya menebak-nebak saja. Di CD sekarang ada 6 direktur, dan satu persatu terus kami pantau. Setiap tahun akan kami evaluasi, dan jika dinilai siap, saya akan menyerahkan pada mereka. Tapi paling lama, tahun 2000 sudah akan kami serahkan pada mereka.

Bagaimana Anda membagi perhatian terhadap 5 grup usaha di lingkungan Si Pengembang?

Di empat grup (Pondok Indah, Metropolitan, Bumi Serpong Damai dan Jaya) saya kini hanya menjadi pembina. Kadang-kadang sebagai guru dan motivator dari mereka. Sedang di Grup Ciputra, selain pembina saya juga merangkap sebagai pelaksana bersama anak-anak saya.

Untuk menjaga agar tidak terjadi benturan kepentingan di kelima grup usaha itu?

Prinsipnya, siapa yang pertama datang ke satu lokasi, yang lain berusaha menghindarkan diri. Kalau ada dua perusahaan sama-sama masuk ke satu lokasi yang berdekatan, ya silahkan keduanya berkompetisi. Saya tidak bisa veto, karena masing-masing perusahaan ada pemegang sahamnya.

Pengertian aliansi dalam kelompok Si Pengembang itu bagaimana?

Si Pengembang itu bukan grup bisnis, melainkan semacam klub bisnis. Forum tempat saling tukar informasi, terutama tentang marketing. Kami berdiskusi mengenai visi dan strategi bersama dalam rangka menciptakan konsep demi kepuasan pelanggan. Lalu kita juga berdiskusi mengenai produksi, mengenai peningkatan sumber daya manusia, dan sebagainya. Semuanya itu demi kepuasan pelanggan. Itu saja.

Semacam kartel dong?

Sama sekali tidak. Kalian keliru menafsirkan Si Pengembang. Kami tidak berbicara demi memonopoli pasar. Tingkat pembicaraannya hanya pada batas visi dan strategi. Tetapi dalam pelaksanaannya, masing-masing grup punya kebijaksanaan sendiri-sendiri. Masing-masing grup sangat independen. Punya *action plan* sendiri. Satu sama lain saling berkompetisi, karena kompetisi berguna bagi masyarakat dan berguna bagi pemegang saham. Kompetisi akan membuat langganan puas. Langganan yang puas itulah yang akan menjamin suksesnya pengusaha. Komitmen kita adalah kepuasan pelanggan,. *customer satisfaction.*

Bisa diberi contoh?

Misalnya, kami menerapkan konsep *green marketing* dalam memasarkan semua produk-produk Si Pengembang. Artinya seluruh produk yang dipasarkan haruslah mengacu pada kelestarian lingkungan. Lingkungan lebih hijau, kebersihan lingkungan lebih baik, warna-warna bangunan mengacu pada lingkungan, pembuangan sampah yang terintegrasi dengan sistem daur ulang, dan sebagainya. Semua itu merupakan darma bakti kita kepada masyarakat. Ini sedang kita kerjakan bersama.

Konsultan adalah tailor. Kita sendiri yang merancang busana yang kita mau, dan tugas mereka adalah menjahitnya.

Latar belakang terciptanya forum Si Pengembang itu bagaimana?

Semula, pada setiap perusahaan yang saya terlibat dalam manajemennya, saya selalu memberikan pendapat berupa visi dan strateginya. Suatu waktu saya ngomong di Jaya. Pada waktu yang lain ngomong di Metropolitan Development. Omongannya itu-itu juga. Alangkah baiknya, yang saya omongkan itu diketahui oleh semua perusahaan yang saya terlibat di dalamnya. Maka saya pikir, akan lebih baik kita bertemu saja bersama-sama, sehingga saya tidak usah berulang-ulang ngomong tentang hal yang sama. Karena itu dibuat pertemuan, di mana kami semua bisa tukar informasi dan berdiskusi. Sama seperti REI lah, tetapi dalam bentuk terbatas.

Tapi kalau berbicara Si Pengembang, kesannya identik dengan Anda?

Tidak juga. Anda tahu, di Pembangunan Jaya saham saya hanya 3,95%. Kalau ditambah dengan saham PT Ciputra Corporation 8,19%, berarti 12,14%. Pemilik mayoritasnya Pemda DKI Jakarta (40%). Di Metropolitan Development saham saya hanya 16,3%. Sedangkan di Pondok Indah saya ikut melalui Metropolitan Development. Di Bumi Serpong Damai (BSD) saya ikut melalui Metropolitan Development dan Jaya. BSD itu

MEMATUNG : MENYALURKAN JIWA SENI

juga merupakan bagian dari Grup Salim, Sinar Mas, Brasali, Sofyan dan lainnya. Di Pantai Indah Kapuk, saya ikut melalui Metropolitan Development. Nah, bagaimana Anda melihat aliansi itu identik dengan Ciputra.

Dalam kasus BSD, kan Anda yang berinisiatif mengajak para konglomerat tersebut?

Yang berinisiatif Grup Sinar Mas. Mereka mendatangi saya, karena mereka sudah punya stok tanah. Kemudian saya menghubungi Pak Sudwikatmono, Om Liem dan lain-lain. Saya jelaskan konsep pengembangan BSD tersebut. Semua setuju, maka terbentuklah konsorsium BSD. Jadi yang memulai proyek tersebut bukan saya.

Tetapi dalam keadaan tertentu, Anda yang pasang badan. Seperti dalam kasus Pantai Indah Kapuk, misalnya?

Benar. Dalam kasus itu saya merasa bertanggung jawab. Karena saya yang pegang planningnya. Apalagi proyek tersebut memperoleh *Gold Nugget Award*. Nah, waktu proyek itu diserang, saya sebagai planner terpanggil untuk menjelaskannya kepada masyarakat. Sesudah itu saya serahkan kembali kepada direksi.

Apa latar belakang perubahan nama Hotel Citraland menjadi Ciputra?

Waktu kami melakukan perubahan nama-nama proyek realestat ke bahasa Indonesia, beberapa hotel dan mal masih kami beri nama Citraland karena kami anggap merupakan *brand* seperti Hilton. Tapi Pak Wardiman Djojonegoro dan Pak Akbar Tandjung lalu memanggil kami dan mempersoalkan, kenapa tidak menggunakan brand Indonesia saja. Lalu saya berdiskusi dengan keenam anak saya, juga dengan pakar pemasaran Hermawan Kartajaya dan Pak Anton Mulyono dari lembaga pusat bahasa. Setelah itu diputuskan, untuk gedung dan perusahaan diberi nama Ciputra. Sedangkan untuk kawasan perumahan dan pemukiman, diberi nama Perumahan Citra, seperti Citra Raya Tangerang dan Citra Raya Surabaya.

Apa obsesi Anda berikutnya, setelah sukses menggelar proyek-proyek besar ?

Masih ada. Tetapi saya tidak mau menyebutkannya. Sebab sekali saya ucapkan, itu berarti komitmen. Komitmen adalah janji. Janji adalah hutang yang harus dibayar, baik kepada masyarakat maupun kepada diri sendiri. Jadi nanti saja, kalu sudah siap saya umumkan ■

INDEKS KARYA :

- Taman Impian Jaya Ancol
- Pondok Indah
- Kota Mandiri Bumi Serpong Damai
- Kota Taman Bintaro Jaya
- Pantai Indah Kapuk
- Citraraya Kota Nuansa Seni, Tangerang
- Citraraya Kota Mandiri Surabaya
- Kota Baru Sidoarjo
- Citra Indah, Jonggol
- Kota Wirausaha Puri Jaya
- Kota Taman Metropolitan
- Citra Westlake City, Vietnam
- Superblok Kota Ciputra, Kuningan
- Hotel dan Mal Ciputra, Grogol
- Hotel dan Mal Ciputra, Semarang

Sumardi

"KITA LEBIH PINTAR DARI ORANG ASING"

INDRIANA S. GESSA

B*ooming* bisnis properti telah mendorong berkembangnya profesi-profesi yang terkait dengan sektor ini. Misalnya, profesi broker pemasaran dan jasa konsultan. Indriana B. Gessa adalah salah satu figur broker yang sukses karena memanfaatkan momentum masa boom bisnis properti itu.

Karir Indri di bidang pemasaran properti dirintis dari anak tangga paling bawah di Procon Indah. Berkat kerja keras dan percaya diri yang kuat, wanita kelahiran Ujungpandang pada 3 Juli 1952 ini dipercaya menjadi salah satu direktur di sini. Tapi Indri merasa karirnya mentok dan sulit berkembang. Lalu, bersama-sama salah satu klien setianya, Indri mendirikan perusahaan pemasar properti: IPAC.

Keberanian Indri hengkang dari Procon Indah tak sia-sia. Belajar dari pengalaman ditambah kreativitas lain, perusahaannya langsung dipercaya oleh sejumlah pengembang besar. Tidak mengherankan bila 3 (tiga) tahun pertama, fee IPAC mencapai 250 ribu dolar AS.

Untuk sebuah agen pemasaran lokal berusia muda, prestasi ini cukup fantastis. Kepercayaan IPAC berlanjut dengan keberhasilan Indri menggandeng agen properti besar dari Amerika: KOLL. PT KOLL IPAC, nama perusahaan gabungan itu di mana Indri saat ini menjabat Executive Director, Retail Leasing Department adalah perusahaan yang

banyak dipercaya untuk memasarkan proyek apartemen, perkantoran dan pusat perbelanjaan.

Dalam usaha patungan ini, Indri dan teman-temannya memiliki 50 persen. Sedangkan sisanya dimiliki oleh KOLL. Bagaimana sepak terjang Ibu dari tiga anak dan nenek satu cucu ini di bisnis pemasaran properti? Berikut penuturannya kepada Hadi Prasojo dari Properti Indonesia

Mengapa dulu memutuskan keluar dari Procon?

Saya merasa karir saya di Procon akan sampai di situ saja. Tapi saya juga tidak tertarik untuk pindah ke perusahaan lain. Sejak bekerja di Procon, saya sudah bertekad: Kalau keluar dari sini saya harus membuat yang baru. Kebetulan, pada November 1992 ada teman yang minta saya ikut membantu membuat perusahaan agen properti. Salah satunya klien saya juga mendukung. Awalnya saya agak bingung, karena saya nggak pernah jadi pengusaha. Akhirnya saya ambil cuti dulu dari Procon. Saya bantu *set-up* seperti yang biasa saya lakukan di Procon. Persoalan muncul ketika akan melakukan launching produk yang pertama. Berarti saya akan kelihatan kan? Bagaimana mungkin, disini kerja di Procon juga kerja. Saya sudah kerja 15 tahun dan tidak mau citra tentang saya jadi rusak. Mereka mungkin akan bilang, moral Indri cuma begitu saja. Akhirnya saya putuskan minta keluar dari Procon Indah.

Kehadiran IPAC sangat diuntungkan oleh *boom* apartemen..

Iya, pada 1992-1993 itu kan apartemen lagi *booming*. Satu tower bisa 1000 unit. Jual apartemen kayak jual kacang goreng. Pada peluncuran di Grand Hyatt misalnya, pembeli harus antri. Dari sini saya dapat penghasilan banyak untuk mulai mengembangkan IPAC. Pada 1994 baru KOLL masuk. Harga saham yang kita tawarkan sudah kita naikkan, karena mereka masuk bukan dari awal. Kita sudah *leading* di pasar.

Kalau memang sudah *leading*, mengapa harus menggandeng KOLL?

Kita perlu jaringan lebih luas untuk menarik investor dari luar. Misalnya Wall Mart dari AS mau masuk ke sini. Yang mereka dengarkan suara dari konsultan bangsanya sendiri. Juga Price Mart yang buka pertama di Medan. Sekarang mau buka lagi di SCBD, kira-kira bulan Maret 1997. Saya kan tidak mereka kenal. Nah, kalau KOLL yang ngomong, mereka kan mengerti. Makanya JLW itu bisa sukses beratus tahun, karena jaringannya ada di seluruh dunia.

Mita D. Sardjono

BERSAMA KELUARGA

Apa pertimbangan Anda memilih mitra KOLL?

Hampir semua broker dan konsultan asing yang masuk ke Indonesia berasal dari Inggris, seperti Colliers, First Pacific Davies dan JLW. Harus lain dong, biar rasanya "Nano-nano". Lagipula, Amerika kan adikuasa. Teknologi Amerika pasti lebih canggih. Dalam beberapa tahun mereka masuk ke sini, sudah kelihatan bedanya. Supermarket sudah tidak Sogo saja. Wall Mart masuk, Key Mart masuk, sebentar lagi Price Mart juga masuk. Itu kan karena ada agennya yang mendorong di belakang. Kalau tidak, dari mana mereka tahu dan kenal Indonesia.

Kelebihan KOLL itu apa?

Di Amerika, KOLL top dalam *property management*, terutama penghematan energi di suatu gedung. KOLL juga punya grup retail yang menangani khusus perusahaan dari luar negeri yang ingin masuk ke negara luar.

Sambil jalan kita belajar. Properti seperti apartemen, kan produk baru di Indonesia. *Strata title* juga baru. Siapa yang punya pengalaman mengelola apartemen yang isinya 1.000 KK? Ini butuh penanganan khusus. Untuk hal seperti ini kita memang butuh mereka. Tapi tetap dia cuma install sistemnya. *Human relation*-nya, kulturnya tetap kita yang masuk.

Tujuan kerja sama dengan KOLL karena broker lokal masih kurang profesional?

Kita tak lemah. Dibandingkan orang asing, kita lebih pintar. Kita kan lebih pengalaman, sedangkan mereka baru datang dari luar. Bahasa yang digunakan bahasa kita. Hukum yang dipakai juga berbahasa Indonesia. Menurut saya, kita lebih *leading*. Kalau urusan hitung-hitungan, oke ya. Tapi sistem itu juga belum tentu cocok dengan kultur dan kebiasaan di sini. Kualifikasi mereka belum tentu cocok dengan Indonesia.

Broker sering kali memasarkan produk beberapa pengembang. Apakah ini tidak menyalahi etika?

Makanya, waktu saya keluar dari Pro-

con dengan bendera sendiri, saya berusaha menawarkan servis yang berbeda. Sebagai perusahaan yang baru, saya harus memenangkan pasar. Bila IPAC ditunjuk sebagai *sole exclusive agency*, saya akan tempatkan satu tim, lengkap dengan sopirnya. Mulai dari administrasi sampai ATK, mereka pindah ke kantor Anda. Tim ini khusus menjual produk Anda. Semua gajinya saya yang bayar. Melalui cara ini mereka tidak akan menjual produk pengembang lain. Saya dan pengembang bisa mengontrolnya. Jadi penjualan produk suatu pengembang tidak ditangani dari sini (Kantor pusat KOLL IPAC -red). Tidak ada *conflict of interest*. Mungkin saja mereka tergiur ingin menjual produk dari pengembang lain, tapi, kalau itu mereka lakukan, jangan harap komisinya keluar. Aturan main sudah kita beritahu sebelumnya.

Tapi pengembang juga harus bijaksana. Jangan kasih kita produk yang sudah tidak laku. Harus produk yang *marketable*. Nah baru kita bisa pindahin satu tim ke kantor pengembang. Itu juga ada jangka waktunya, sekitar 6 bulan. Sesudah *expired* kita tarik anak buah kita. Sistem ini, Alhamdulillah, salah satu yang membuat KOLL IPAC sukses.

Darimana Anda dapat ide seperti ini?

Saya dapet ide ini juga dari pengalaman di Procon. Banyak pengembang yang mengeluh soal satu broker yang menjual produk dari banyak pengembang. Setelah keluar, saya cerita kepada shareholder di IPAC. Maka jadilah strategi yang saya ceritakan di atas.

Sayangnya, sistem ini juga ada lemahnya. Setelah berjalan, banyak pengembang yang terlanjur menyukai cara kerja tim yang kita tempatkan di kantornya. Malah langsung dibajak. Mantan anak buah saya banyak sekarang bekerja di Gajah Tunggal, di Dukuh Golf, dan di Kota Legenda. Tapi, itu risiko. Makanya pelatihan di kelas tidak pernah saya tutup. Karena sudah beberapa kali terjadi, sekarang saya bikin peraturan dalam *agreement* saya, bahwa selama 2 tahun developer tidak boleh membajak pegawai yang saya kirim. Sampai sekarang, mungkin sudah sekitar 50-orang yang ditarik pengembang.

Menurut Anda, beda agen dengan calo itu apa sih?

Calo itu cuma mediator. Dia tidak mewakili siapa-siapa. Bagi dia yang penting adalah mempertemukan dua kepentingan, lalu dapat komisi. Nah, agen itu mewakili pihak tertentu. Bisa pengembang, bisa prospek (konsumen). Jadi posisi agen jelas, hanya dapat komisi dari satu pihak, sedangkan calo kalau bisa narik komisi dari kedua belah pihak.

Istimewa

Bagaimana Anda melihat standar profesi agen properti lokal?

Kita sudah antisipasi itu. Di AREBI sekarang selalu ada pelatihan. Pengajar kita dari Amerika. Kadang-kadang dari sini juga. Kita bilang, mumpung kamu ke sini, sumbangin dong ilmunya kepada AREBI. Dari Amerika itu dari NAR (*National American Realtor*), terus dari Australia juga. Semua pengajarnya dari luar kok. Pokoknya, Insya Allah, kita antisipasi deh yang seperti itu. Tinggal sekarang brokernya, mau tak *improve*.

Kita harus terus mengejar ketinggalan. Masalahnya, latar belakang pendidikan kita memang tidak ada. Kita belum punya sekolah khusus mengajarkan properti, atau bagaimana menjadi broker properti yang baik. Di Tarumanegara, lebih ke arsitektural realestat, bukan implementasi pekerjaan manajemennya.

Sampai saat ini sudah ada belum standar profesi broker itu?

Itu yang lagi digodok di AREBI saat ini. Harapan kita para broker ini dapat memenuhi standar yang diharapkan, melalui berbagai pelatihan yang kita adakan bersama LPPM atau dengan siapapun. Kalau seorang broker rajin mengikuti, akhirnya dia akan mencapai suatu standar. Dia dapat sertifikasi, semacam ijazah. Ijazah ini kita bisa mintakan semacam pengakuannya ke Kantor Menpera. Sekarang sudah ada register di Kantor Menpera, mirip seperti developer yang jadi anggota REI.

Tapi, tidak setiap broker dikenal reputasinya, apalagi di luar negeri...

Di situlah pentingnya tidak berhenti belajar. Menurut saya sebenarnya kita ini pintar, tapi kadang-kadang karena karakter kita yang kita warisi dari orang-orang tua kita

seperti sungkan, *ewuh*, tahu diri, dan sebagainya, kepintaran itu jadi tak muncul. Coba, saya sering mengamati orang-orang asing itu, sebenarnya tidak terlalu pintar. Cuma karena presentasinya hebat, *ngecap*-nya jago, akhirnya mereka yang dapat proyek.

Kabarnya Anda juga sedang menangani proyek-proyek macet, ya?

Anda tahu saja, ha ha ha.

Enak proyek baru atau yang bermasalah seperti itu?

Enak yang baru, dong. Saya suka mengeluh kepada pengembang, Anda kalau sudah tidak bisa menjual, baru mencari kami. Dari dulu, kek.

Strategi apa yang Anda terapkan untuk menjual proyek-proyek itu?

Kita lihat masalahnya di mana. Misal–nya unitnya kebesaran. Per meter persegi mungkin murah. Tapi karena kebesaran, orang tidak mampu beli. Nah pemecahan masalahnya, dipotong dua atau lebih. Jadi kecil. Sehingga cicilan atau sewa perbulann ya murah.

Kalau begitu broker juga berfungsi sebagai *soluter*?

Kalau cuma menjual saja, mudah cari tenaganya. Tapi kalau cari agen yang kreatif, punya perencanaan dan strategi pemasaran, itu rada sulit. Biasanya agen jenis terakhir ini yang sering ditunjuk jadi *sole exclusive agent* dari awal. Karena pengembang menghargai ide kita.

Sebagai contoh, seorang developer baru-baru ini bicara soal pemasaran apartemennya. Dia minta kami jadi *sole exclusive agent*. Setelah saya lihat, saya pikir banyak sekali space yang terbuang. Terus saya sarankan supaya desainnya diubah. Akhirnya apartemen itu yang tadinya cuma direncanakan 1000 unit, bisa jadi 1400 unit. Unit bertambah, biaya konstruksi bisa jauh lebih murah, dan harga jual juga bisa lebih murah. Coba, ide itu membuat Anda mempunyai tambahan 400 unit. Kalau 1 unit harganya 50 juta, Anda sudah dapat Rp 2 miliar sendiri.

Kalau dari sisi produk, sekarang yang lagi ramai apa?

Pusat perbelanjaan, apartemen lagi turun.

Untuk tahun ini?

Tahun yang akan datang juga, saya kira. Saat ini saya lagi pegang Menara Jakarta, menara tertinggi di Indonesia.

Tahun 1996, Anda banyak di pusat perbelanjaan?

Tahun 1996 saya banyak di konsultan. Konsultan pusat perbelanjaan. Karena latar belakang saya pernah menangani Pusat Perbelanjaan Ratu Plaza, Tunjungan Plaza I, Galeria Nusa Dua, Pluit Plaza, terakhir Plaza Indonesia. Jadi saya mengkonsultani produk luar negeri yang butuh pusat perbelanjaan di sini.

Katanya biaya kerjasama dengan asing ini cukup mahal. Kok begitu?

Bagaimana tidak? Semua keperluan orang asing itu ditanggung kantor. Uang sekolah anaknya di JIS satu tahun pertama sudah harus kita bayar. Kontrak rumah 3 tahun pertama sudah harus dibayar. Belum pajak orang asing, *holiday*-nya, gas-nya, dispenser. Semuanya kita bayar. Memang banyak masuknya, tapi keluarnya juga ember bocor. Semua di *charge* ke kantor.

Kelihatannya Anda sangat betah dengan dunia ini...

Tak ada pilihan lain, ha...ha...ha. Sudah terlanjur tua di sini. Kalau ditanya dari hati ke hati, sebenarnya ingin juga jadi ibu rumah tangga saja. Tenang di rumah, tidak beredar melulu,ha..ha.

Apa yang Anda cari dengan ikut sibuk di AREBI merumuskan standar profesi dan segala macamnya itu?

Hidup nanti akan pulang ke akhirat. Kalau nanti ditanya, umur kamu dipergunakan untuk apa dan segala macam. Dapat harta, untuk apa. Dapat ilmu, untuk apa saja. Sebenarnya, di Procon dan di sini, dilihat dari perolehan uang untuk diri saya sendiri, sama saja. Di sini saya memang salah satu pemegang saham. Tapi, sampai saat ini saya belum pernah menerima deviden. Tapi dibanding di Procon, di sini saya punya jauh lebih banyak anak buah. Saya berguna untuk lebih banyak orang. Di Procon saya cuma punya anak buah 10. Di sini 100. Insya Allah besok tambah. Kalau masing-masing punya keluarga, kan lebih banyak lagi orang yang saya bantu?

Apa yang menyenangkan dari profesi Anda ini?

Bisa melatih rasa *confident* kita. Setiap berhasil memenangkan suatu *deal*, rasa percaya diri bertambah. Pada suatu titik, ukurannya bukan sekedar uang lagi. Inilah enaknya.

Sejak pertama mendirikan IPAC, Indri sangat concern terhadap sumber daya manusia. Untuk mendukung tenaga pemasaran, ia merekrut sejumlah freelance *yang diberikan pelatihan khusus. Banyak pemuda putus sekolah dan dididik kemudian berhasil menjadi tenaga marketing yang sukses.*

"Dari pada bengong putus sekolah, mendingan mereka ke sini, kita latih dan kalau jualan dapat komisi," kata wanita yang rajin puasa Senin-Kamis ini.

Sekian lama malang melintang sebagai pemasara properti, membuat Indri sangat matang dan mengetahui seluk beluk dunianya. Bagi Indri Gessa, pekerjaan sebagai marketer *adalah kerja kreatif. Seorang* marketing executive *sejati tidak bisa diikat dan terlalu diatur. "Orang marketing itu tanggungjawabnya pada hasil. Kalau terlalu banyak dikekang, mereka akan menjadi pembohong nomor satu," ujarnya. Kebijaksanaan ini juga diterapkan Indri di perusahaanya. Ini memang membuat para pemasar di KOLL IPAC sukses menjalankan profesinya. Saat ini, hampir 50 proyek di pasarkan KOLL IPAC di semua departemen* ■

AMBISI PROYEK MEGA SI RAJA HOTEL

Siapakah raja properti sektor perhotelan di Indonesia? Secara spontan niscaya orang akan menjawab : Sukamdani Sahid Gitosardjono. Ya, meskipun Sukamdani baru saja melepaskan jabatan sebagai direktur utama PT Hotel Sahid Jaya Internasional (HSJI) dan mempercayakan jabatan itu kini kepada mantan Dirut PT Telkom Setyanto P. Santosa, namun tak dapat disangkal Sukamdani tetap pantas dijuluki raja hotel di negeri ini. Lelaki berperawakan tegap dan murah senyum ini kini mempunyai 2.350 kamar hotel. Jaringan hotelnya berjejer mulai dari Lampung sampai Sorong di Irian Jaya. Dan, setelah dua hotelnya yang baru di Senggigi Lombok dan Ujung Pandang selesai, lengkap sudah 2.750 kamar jaringan bisnis hotel Sukamdani. Jumlahnya menjadi 14 hotel, mulai dari bintang tiga sampai bintang lima berlian.

SUKAMDANI SAHID G.

Tak hanya itu. Masih banyak ambisi pengusaha nasional itu di bidang properti. Berdekatan dengan markas besar bisnisnya di Hotel Sahid Jaya & Tower sekarang, segera pula dibangun Grand Sahid Plaza. Hotel bertaraf internasional dengan jumlah lantai 50 itu akan menjadi hotel tertinggi di Indonesia. Belum lagi dua menara Apartemen Istana Sahid, 26 lantai, yang tampak makin mentereng. Hotel dan apartemen itu adalah tiang dari suatu proyek raksasa yang lebih besar : Superblok Sahid. Tak hanya di Jakarta, di Ujung Pandang pun Sukamdani tengah me-

nyiapkan superblok pertama di luar Jawa. Di kota ini ia bekerja sama dengan konglomerat Yusuf Kalla.

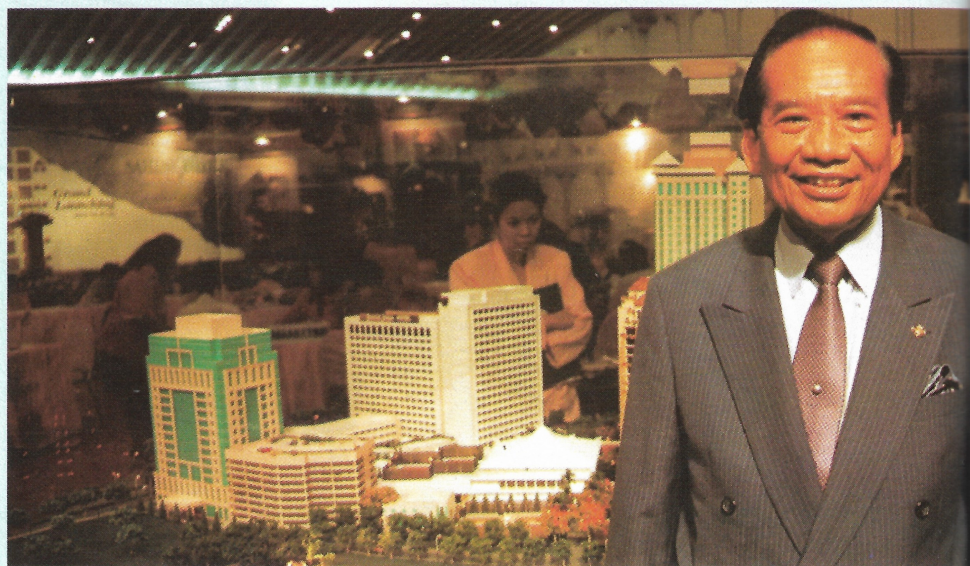
Begitu proyek-proyek besar Grup Sahid terselesaikan semuanyya, akan mengukuhkan Sukamdani sebagai salah seorang raja properti negeri ini. Apalagi, khusus di bidang manajemen hotel, Sukamdani berambisi merambah pasar manajemen hotel di luar negeri. Adalah Sukamdani juga yang gusar, hotel-hotel di Indonesia dikelola oleh manajemen asing, padahal hotel itu dibangun dengana dana dari dalam negeri. Lebih dari 30 hotel ditangani oleh manajemen asing. Kita ini sebagai bangsa bagaimana? ungkap Sukamdani dengan dana tinggi.

Berikut wawancara khusus Pria Takari Utama, Joko Yuwono dan Swatindro dari Properti Indonesia, dengan Dr. Sukamdani Sahid Gitosardjono, di ruang kerjanya lantai 2 Hotel Sahid Jaya & Tower, ketika ia masih menjadi Dirut PT HSJI. Petikannya :

Mengapa Anda memilih bisnis properti di bidang perhotelan?

Saya terjun ke bidang perhotelan setelah sukses di bidang percetakan dan penerbitan. Waktu itu, tahun 1961 kami berpikir, bidang usaha percetakan dalam jangka waktu panjang kurang bisa dikembangkan. Kemudian kami pun mempersiapkan diri untuk membangun hotel pertama di Solo. Namanya Hotel Sahid Solo yang diresmikan 8 Juli tahun 1965. Hotel Sahid Solo adalah hotel pariwisata pertama di Jawa Tengah. Terdiri dari 3 lantai dengan kapasitas 28 unit kamar tidur.

Apa pertimbangan membangun hotel ini?

Kami mengantisipasi jangka panjang. Dalam perkembangan suatu negara, pasti akan membutuhkan sarana akomodasi baik bagi instansi pemerintah atau para turis yang berkunjung ke Solo. Hotel ini juga hotel pariwisata ke dua setelah Hotel Indonesia yang diresmikan pengoperasiannya tahun 1962.

Kabarnya ketika membangun hotel untuk pertama kali itu, Anda membiayainya sendiri. ....

Ya, dana itu kami peroleh dari usaha percetakan dan penerbitan kami. Jadi, biaya ini saya tanggung sendiri tanpa sedikitpun mendapatkan pinjaman dari pihak lain atau bank. Karena saya membangun sambil mencari biaya, maka jalannya pembangun pun lambat. Bayangkan, tahun 1962 saya membeli tanah, dibangun dan baru selesai tahun 1965. Semua peralatan yang diperlukan saya sendiri yang perlu membelinya ke Jakarta.

Jadi, semua dilakukan sendiri?

Ya, swakelola. Maksudnya desain gambar dibuatkan teman saya, sedang pembangunannya saya jalankan sendiri. Sampai membeli kayu, membeli semen saya lakukan sendiri. Padahal pada waktu itu yang ada adalah Semen Gresik dengan kapasitas terpasang hanya sebesar 50.000 ton per tahun. Sehingga saya harus antri ke Gresik.

Apa pertimbangan Anda memulai bisnis hotel di Solo dan bukannya di Jakarta?

Alasan utamanya dari segi promosi. Andai saya membangun hotel sekecil itu di Jakarta, jelas tidak dikenal orang. Tapi kalau di Solo, akan dikenal masyarakat. Karena para pejabat, pengusaha dan turis yang mengunjungi daerah ini menginap di hotel tersebut. Apalagi, yang saya bangun hotel pariwisata yang terbaik dengan standar internasional. Jadi, tamu kami adalah orang-orang yang terseleksi. Kedua, Solo merupakan pusat kebudayaan Jawa yang merupakan bagian dari aset nasional. Ketiga, faktor ikatan emosi karena saya dilahirkan, belajar lama dan berjuang melawan penjajah di Solo. Hotel ini setelah diresmikan, tidak langsung dioperasikan. Tapi dipakai dulu menjadi markas Mahasura (Mahasiswa Surakarta). Kebetulan pada waktu itu saya sebagai ketua umumnya dengan keanggotaan 27 batalion.

Proyek yang lain?

Kami juga meneruskan pembangunan pasar Klewer Solo yang terbengkalai. Niat saya pada waktu itu adalah menolong pedagang kecil yang terlantar karena tidak mempunyai tempat berdagang. Kami kerjakan tahun 1970 dan selesai bulan Juni 1971. Pasar ini diresmikan langsung oleh Bapak Presiden Soeharto, dalam kunjungan resmi pertamanya sebagai presiden ke Jawa Tengah.

Lalu, bagaimana ceritanya merambah ke Jakarta?

Dengan peran saya di atas, otomatis nama Sahid makin dikenal orang. Maka

mulai tahun 1971, kami mulai membangun Sahid Jaya Hotel dengan memanfaatkan fasilitas PMDN berdasarkan UU No. 6 tahun 1968. Cita-cita saya membangun hotel terbesar pertama di tanah air. Hotel ini diresmikan tanggal 23 Maret 1974, persis menjelang konferensi PATA di Jakarta. Peresmiannya dilakukaan oleh Presiden Soeharto. Hotel ini berlantai 17, memiliki 514 kamar standar. Jadi, lebih tinggi dari HI yang tingginya 14 lantai dan jumlah kamarnya 426 unit.

Sampai kini, bisakah dilukiskan jaringan bisnis hotel Grup Sahid?

Sekarang ini jumlahnya sudah menjadi 14 hotel, mulai dari bintang tiga sampai bintang lima berlian. Total jumlah kamar jaringan hotel kami sudah 2.750 kamar.

Hotel-hotel baru, pertama ada di Senggigi, Lombok. Namanya Sahid Tamara Beach Hotel. Hotel ini bekerjasama dengan Grup Tamara dengan share 50 : 50. Jumlah kamarnya 200 unit. Hotel ini dibangun bertahap. Awal 1995 dibangun *cottage* sejumlah 40-50 kamar, kemudian dilanjutkan lagi sampai tahun 1996.

Hotel Sahid Makasar Internasional, juga hotel kami yang baru. Proyek ini *joint venture* dengan NV Kalla (Yusuf Kalla) sebanyak 200 kamar. Di tempat yang sama akan kita kembangkan dengan bidang properti lainnya, yakni perkantoran, apartemen, grosir dan pusat perbelanjaan, yang akan menjadi superblok di Ujung Pandang. Ini merupakan superblok pertama di luar Jawa.

Superblok Sahid sendiri, tampaknya sudah banyak yang terrealisir. Bagaimana target Anda mengenai su perblok ini?

Yang sudah ada tentu Sahid Jaya Hotel & Tower dengan jumlah kamar 844 ekuivalen dengan 752 kunci. Ada pula Apartemen Istana Sahid yang 26 lantai dengan 188 unit apartemen (ekuivaleen dengan 500 kamar). Tahap berikutnya adalah pembangunan menara perkantoran 30 lantai (5 lantai di antarannya merupakan lantai di bawah tanah). Lalu Grand Sahid Plaza Hotel 45 lantai ke atas dan 5 lantai ke bawah. Semua itulah yang nantinya akan menjadi superblok Sahid.

Kapan diproyeksikan superblok itu akan selesai seluruhya?

Kalau pembiayaannya lancar, tahun 1998 sudah berdiri semuanya. Baik menara perkantoran maupun Grand Sahid Plaza yang juga dilengkapi dengan rumah ibadah. Masjid yang ada sekarang ditingkatkan ke atas 2 lantai dan ke bawah 5 lantai. Di masjid itu bakal ada perpustakaan, koperasi dan tempat kegiatan karyawan.

Proyek superblok ini tentu membutuhkan dana besar. Bagaimana pola pembiayaan yang Anda lakukan?

Kita bisa mencari uang di pasar modal. Sahid Jaya kan sudah menjadi perusahaan publik. Kita melakukan *right issue* untuk mengakuisisi proyek-proyek itu. Tapi sebelumnya kita kan harus ada ekuitas, antara lain berupa tanah. Luas semuanya 6.5 hektar. Selain itu kita juga akan bikin bangunan ke bawah. Di bawah apartemen dibangun 5 lantai untuk parkir yang bisa memuat 3.000 kendaraan.

Sejak kapan Anda merencanakan proyek superblok ini?

Dulu belum ada istilah superblok. Dalam pikiran saya waktu itu, sekitar 10 tahun lalu Sahid City saja. Ide dan pekirannya sudah 10 tahun lalu. Tapi realisasinya bertahap. Pertama, kita mengembangkan dulu Hotel Sahid Jaya. Habis itu baru apartemen dan gedung perkantoran. Apartemen dan gedung perkantoran akan kita jual secara *strata title*, untuk mencari ekuitas bagi pembangunan Grand Sahid Plaza. Jalan pikirannya kan cari duit dari apartemen untuk membangun perkantoran dan dari perkantoran kita cari dana untuk pembangunan Hotel Grand Sahid Plaza. Sebelumnya itu kita sudah dapat dana dari *go public*. Kita kan *bridging loan*. Karena itu bunganya tinggi, maka kita kembalikan setelah *go public*.

Anda akan terjun juga ke realestat?

Rencananya ada. Karena itu kita mempunyai PT Sahid Inti Dinamika yang khusus bergerak di bidang properti. Ini yang mengerjakan anak-anak saya. Tapi *policy*-nya dari saya. Mereka sudah mengembangkan pengalamannya. Kita juga akan mengembangkan properti yang realestat.

Berapa kalangan melihat, proyek-proyek Grup Sahid kalah cepat dibandingkan dengan proyek pemain properti lain ....

Ya, perkembangan proyck saya ini memang tak begitu cepat. Orang membangun kan sesuai dengan kemampuan sendiri-sendiri. Saya tidak seperti orang lain yang hanya memikirkan bisnis saja. Waktu saya cukup banyak tersita untuk berbagai kegiatan lain. Menjadi ketua umum Kadin saja hampir 9 tahun, anggota DPA 5 tahun. Sebelum itu, menjadi ketua PHRI mulai sejak kita dirikan 9 Februari 1969 sampai tahun 1981 saya baru

dibolehkan mundur. Begitu juga menjadi ketua Persatuan Perusahaan Grafika Nasional sekian tahun. Belum lagi menjadi Ketua Masyarakat Perhutanan Indonesia (1981-1988). Karena itu, wajar jika pengusaha lainnya lebih cepat.

Saya memang begini-begini saja. Tapi saya senang. Mereka kan tak ada yang mendapat Bintang Maha Putra dan bintang Legiun Veteran (1993) seperti saya. Untuk mendapatkan Maha Putra itu kan tak gampang. Begitu juga Kaisar Akihoto (1993) memberi saya bintang penghargaan. Pemerintah RCC juga memberi saya bintang Duta Persahabatan (1994). Itu kan pengakukan sebagai bangsa dan sebagai orang swasta.

Apa tanggapan mengenai banyaknya hotel yang dibangun di Indonesia, tetapi manajemennya diserahkan ke orang asing?

Orang-orang membikin hotel dengan modal dari dalam negeri, tapi manajemennya diserahkan kepada orang asing. Lebih dari 30 hotel di Indonesia ditangani manajemen asing, baik yang sudah punya nama maupun belum. Untuk itu, sejak 27 Mei 1994 kami membuat perusahaan manajemen hotel. Namanya Sahid International Hotel Management and Consultans Corporation. Mengapa harus pakai internasional? Karena memang ambisi kita mau me-*manage* hotel-hotel di luar negeri. Jadi, tak hanya di dalam negeri.

Anda yakin perusahaan manajemen hotel yang dibangun itu bisa sekaliber manajemen hotel bertaraf internasional?

Kita mempunyai modal. Pertama, semangat sebagai bangsa. Kedua, kita sudah punya aset milik sendiri sendiri 14 hotel (dari hotel bintang 3 sampai 5 berlian). Ketiga, kita sudah punya organisasi dan pengalaman dalam me-*manage* hotel. Keempat, kita punya kepercayaan dari masyarakat. Kelima, kita punya akses pasar baik di dalam maupun luar negeri. Kita sudah 30 tahun me-*manage* hotel. Dengan pengalaman itu kan kita sudah punya akses pasar.

Mengapa harus pakai internasional? Karena memang ambisi kita mau me-*manage* hotel-hotel di luar negeri. Jadi, tak hanya di dalam negeri.

Untuk itu, kita juga sudah punya orang-orang yang mampu me-*manage* hotel. Dari 12 hotel yang sekarang ada, yang menyewa tenaga asing hanya Sahid Jaya Hotel. Hotel kita yang lainnya adalah orang Indonesia. Mereka meemulai karier, bahkan ada yang dari *doorman, office boy* dan *room boy*, kini banyak yang sudah jadi *general manager*.

Sukamdani lahir di Solo, 14 Maret 1928. Masa kecilnya dijalani di Sukohardjo, Solo, Ketika Sukamdanii kecil, kehidupan orangtuanya prihatin. Bapaknya R. Sahid Djogosentono membuka usaha jahitan. Sedang ibunya membuka warung kecil-kecilan yang menjual makanan kecil. Dalam usia 8 tahun, Sukamdani sudah membantu kedua orangtuanya mencari nafkah. Selai membantu bapaknya, ia juga memanbat ibunya berjualan. "Untuk menyiapka keperluan barang dagangan, saya ke pasa berbelanja membeli sabun, teh, rokok pisang dan kelapa," cerita Sukamdani. Tia kali dagangan laku, ibunya member persenan. Uang itu ditabung. Kalau suda banyak Sukamdani membeli ayam. "Kala ayam sudah banyak, saya jual lalu membe kambing. Setelah kambing saya banyak, say jual untuk beli kerbau," kenangnya. Di saa liburan sekolah Sukamdani membant menuai padi di sawah.

Tahun 1952, Sukamdani muda merantau ke Jakarta untuk memperbaiki nasib Waktu turun dari kereta api di Stasiu Gambir, modalnya hanyalah sebuah kopo dan sebuah sepeda. Ia sempat bekerja d Depdagri. Tapi dengan pertimbanga penghasilan, lalu keluar dan bekerja di percetakan NV Harapan Masa. Dengan penghasilan yang pas-pasan, Sukamdani bera menikah dengan Juliah, kekasihnya waktu d Solo. Pasangan itu menyewa rumah berdinding gedeg. Kamarnya hanya sat berukuran 3 x 3.

Karena keuletannya, apalagi setela membuka usaha percetakan sendiri, Sukamdani berhasil membeli tanah di tempat i menyewa rumah itu. Dan, tanah itu, tak lai adalah tempat berdirinya Hotel Sahid Jay sekarang di Jalan Sudirman. "Dulu ruma saya di sini," kenang Sukamdani.

Kerja keras dan keuletan akhirny mengantarkannya sebagai raja properti perhotelan. Selain bisnis, Sukamdan aktif di berbagai organisasi. Ia juga penerima 15 tanda jasa dan bintang kehormatan, dari pemerintah RI maupun dari negara sahabat ■

INDEKS KARYA:

- Hotel Sahid Jaya
- Apartemen Istana Sahid
- Grand Sahid Plaza

TAK ADA DEVELOPER LANGSUNG BESAR

HENDRO S. GONDOKUSUMO

Memulai karir usaha sebagai pegawai gudang, Hendro Santoso Gondokusumo kini mengendalikan semua proyek properti Grup Dharmala dengan aset Rp 1,8 triliun lebih. Apa rahasia suksesnya?

Dua belas tahun lalu, ketika sebagian besar pengembang berlomba mengembangkan permukiman dengan panorama pegunungan, Hendro S. Gondokusumo justru melirik daerah pantai di kawasan Pluit, Jakarta Utara. Melalui PT Taman Harapan Indah, salah satu anak perusahaan Dharmala Intiland, ia mengembangkan permukiman elit Pantai Mutiara di atas lahan hasil reklamasi. Hendro sangat membanggakan proyek permukimannya itu, yang kini sudah terwujud. Inilah canal estate pertama di Indonesia, yang memiliki akses langsung ke laut, ujarnya.

Proyek properti Dharmala Intiland sendiri, di mana Hendro menjabat sebagai Presiden Direktur, tersebar luas di berbagai kota dan mencakup banyak subsektor. Mulai dari residensial, perkantoran, apartemen, pusat perbelanjaan, hotel dan resor, hingga kawasan industri (Ngoro Industri Persada). Total aset perusahaan yang telah listed di Bursa Efek Jakarta sejak 1991 itu, ditaksir saat ini lebih dari Rp 1,8 triliun. Se-

jumlah 70% di antaranya, berasal dari proyek-proyek perumahannya. Semua itu, rasanya tidak terlepas dari langkah-langkah agresif Hendro, yang telah menerjuni bisnis properti sejak awal tahun 1970-an. Semua ini kan hasil kerja tim. Tanpa *team work*, bisnis properti tak akan jalan, ujarnya dalam percakapan dengan Indra Utama dan Bambang Budiono dari *Properti Indonesia*. Berikut ini petikannya.

Bisa dijelaskan, apa latar belakang Dharmala mengembangkan permukiman Pantai Mutiara?

Terus terang idenya dari luar negeri. Saya lihat, daerah pantai di negara-negara maju dikembangkan menjadi kawasan permukiman prestisius sekaligus kawasan bisnis. Di Indonesia, daerah pantai kesannya identik dengan pelabuhan. Sedangkan kawasan permukiman dibangun agak jauh dari pantai. Untuk permukiman elitnya, bahkan cenderung dikembangkan di sekitar pegunungan. Kita ingin mengubah kecenderungan ini dengan mengembangkan kawasan elit yang langsung memiliki akses ke laut. Caranya, ya, dengan melakukan reklamasi pantai.

Mengapa dulu memilih daerah Pluit?

Pluit waktu itu sudah berkembang. BPL Pluit bahkan sudah mereklamasi sebagian pantai di sana. Lalu kami mengadakan kerjasama dengan BPL Pluit. Kami berharap, Pantai Mutiara akan menjadi alternatif bagi orang-orang yang mencari nilai tambah di kawasan Pluit.

Progresnya sampai saat ini bagaimana?

Kami sedang melanjutkan reklamasi tahap ketiga seluas 39 hektar. Pada tahap I dan II, pantai yang kita reklamasi mencapai 61 hektar, sehingga lahan reklamasi Pantai Mutiara keseluruhan akan mencapai 100 hektar. Tahap satu dan dua kita sudah membangun 600 lebih unit rumah dan 50 unit rumah bandar, berikut kanal yang memiliki akses langsung ke Laut Jawa. Tahap ketiga ini, kami akan membangun, marina, serta kondominium. Seluruh unit rumah yang dibangun pada tahap I dan II sudah terjual. Untuk tahap III, sebagian sudah terjual walau reklamasinya belum rampung.

Proyek reklamasi ini kelihatannya sangat menguntungkan?

Prospeknya bagus, karena eksekutif yang menyenangi kehidupan pantai makin banyak. Tapi, pengembang yang ingin menerjuni proyek reklamasi ini perlu betul-betul menjaga arus kasnya. Proyek ini mirip dengan membangun apartemen. Misalnya, kita mau membangun apartemen 150 unit. Meski baru laku 30 unit, developer harus membangun seluruh unit. Demikian juga reklamasi, developer harus mereklamasi se-cara bertahap 20 hektar atau 30 hekta[r]. Meskipun 10 unit, kita harus mereklama[si] berdasarkan tahapan itu. Terlalu berat ji[ka] mereklamasi sedikit-sedikit, misalnya hektar dulu.

Selain arus kas, masalah apa saj[a] yang Anda hadapi saat memulai proye[k] ini?

Sebelum memulai proyek, ki[ta] melakukan studi ban-ding dengan proye[k] serupa di Belanda dan Gold Coast di Austra-lia. Masalahnya, kondisi tanah pantai di Telu[k] Jakarta ini ternyata kurang baik. Di Singapu[ra] dasar lautnya terdiri dari bebatuan, sehingg[a] mudah diurug. Di sini terdiri dari lumpu[r] sehingga proses pemadatannya lebih bera[t]. Salah-salah, kita sudah urug 7 meter, tana[h] urugan itu lari entah ke mana.

Berapa biaya pe[r] meter persegi untuk mere-klamasi pantai?

Besarnya tidak bis[a] dipukul rata. Tiap mete[r] berbeda, tergantun[g] kedalaman masing-masin[g] pantai.

Bagaimana denga[n] masalah lingkungan?

Sebelum memula[i] proyek, kami sudah membu-at Amdalnya. Untuk meng-angkut tanah dan batu urug-an misalnya, kami meng-gunakan transportasi laut, karena jika menggunaka[n] truk bisa mengotori lingkungan dan merusak jalan. Sejak awal, kami juga sudah menanam pohon tropis yang sesuai dengan lingkunga[n] laut, agar keseimbangan lingkungan teru[s] berlangsung.

Untuk konstruksinya, Anda meng-

BERSAMA SUHARGO GONDOKUSUMO (KANAN)

gunakan konsultan dari mana?

Pada tahap awal dari Australia. Tapi sejak beberapa tahun lalu, kita percayakan kepada PT Puri Fadjar Mandiri, konsultan konstruksi dalam negeri yang dipimpin mantan Menteri Perindustrian AR Soehoed. Pengerjaan konstruksinya kami percayakan kepada PT Jaya Obayashi, kontraktor patungan antara PT Pembangunan Jaya dan Obayashi dari Jepang.

Pemerintah sedang menggalakkan konsep permukiman berimbang 1:3:6. Mungkinkah konsep ini diterapkan di permukiman di lahan hasil reklamasi?

Bisa. Dalam diskusi-diskusi dengan beberapa teman di REI, saya sering menekankan bahwa satu permukiman dengan skala cukup luas tidak dapat tumbuh jika hanya dihuni oleh satu lapisan masyarakat tertentu.

Daerah pantai di negara-negara maju dikembangkan menjadi kawasan permukiman prestisius sekaligus kawasan bisnis.

Misalnya, diisi oleh orang kaya saja. Itu tidak bisa. Mereka kan perlu pembantu, supir, tukang kebun, dan sebagainya. Apalagi, lahan reklamasi yang akan dikembangkan Pemda DKI Jakarta nanti sangat luas, yang juga mencakup kawasan komersial dan pelabuhan. Tentu butuh banyak pekerja. Kalau para pekerja itu tinggal di tempat yang jauh, tentu tidak efisien.

Apa tidak rugi membangun rumah murah?

Betul. Dari segi bisnis, rumah sederhana itu tidak menguntungkan. Maka perlu subsidi silang. Agar bisa melakukan subsidi silang, pengembang tentu perlu mendapat izin pengelolaan lahan cukup luas.

Berapa luas lahan ideal untuk melakukan subsidi silang?

Minimal 200 Ha.

Lalu mengapa di Pantai Mutiara sendiri, tidak dibangun rumah seder-

hana?

Karena dulu ini dirancang sepenuhnya untuk perumahan menengah atas. Waktu proyek ini dimulai, SKB Tiga Menteri yang mengatur konsep permukiman 1:3:6 kan belum ada. Tapi nanti, kalau Dharmala diizinkan mengembangkan proyek reklamasi baru, kami akan membangun rumah sederhana. Karena lahannya mahal, konsepnya harus rumah susun.

Izin pengembangan reklamasi baru itu sudah diperoleh?

Belum, karena masih dibahas di Pemda DKI bersama beberapa pengembang lain. Pemda DKI saya kira akan mengeluarkan izin pengelolaan itu dalam satu paket, karena pengembangan Pantura Jakarta ini kan harus satu paket.

Bagaimana Anda memandang banyaknya developer lain yang berminat mengembangkan proyek di Teluk Jakarta?

Bagus. Dengan begitu kita bisa saling mendukung. Tapi, pengembang yang baru akan menerjuni proyek reklamasi sebaiknya bekerjasama dengan yang sudah berpengalaman. Baik pengembang maupun kontraktornya. Jadi, mereka tidak perlu mengulang-ulang kesalahan yang dulu dibuat oleh perintis proyek reklamasi.

Organisasi Dharmala sudah di *set-up* untuk propyek-proyek besar. Kurang efisien kalau kita juga mengembangkan RS dan RSS.

Sebagai pelopor dalam membangun *canal estate*, bagaimana Anda melihat masa depan Pantura Jakarta?

Paket proyek reklamasi yang dibuat pemda DKI saya kira makin memperjelas pentingnya masa depan Pantura Jakarta. Niat pemerintah untuk melahirkan kembali kejayaan Jakarta dengan mengembangkan kawasan pantainya itu sangat tepat, karena pada awalnya Jakarta adalah kota pantai. Di banyak negara maju, pusat bisnisnya juga terletak di tepi pantai. Apalagi, lahan darat di perkotaan makin terbatas.

Proyek-proyek properti Dharmala mencakup beberapa subsektor dan lokasinya juga tersebar di berbagai kota. Pola ini untuk mengurangi risiko?

Prinsipnya, di mana ada pasar di situ kami masuk. Sektor perumahan kami nilai memiliki permintaan paling besar, sehingga 70% bisnis properti Dharmala berada di subsektor ini. Proyek lainnya, mencakup perkantoran, pusat belanja, hotel, resor, dan apartemen. Kami memang belum berminat mengembangkan permukiman skala kota secara sendiri. Risikonya terlalu besar. Jadi lebih baik bekerjasama, seperti dengan Bangun Tjipta Pratama mengembangkan permukiman Kemang Pratama atau ikut konsorsium di PT Putra Alvita Pratama yang mengembangkan Kota Legenda. Kalau proyeknya besar sebaiknya membentuk konsorsium, karena memerlukan sumber daya, pemikiran, konsep yang matang, serta modal yang tidak sedikit. Dengan bergabung, kita bisa saling memberi nilai tambah.

Sejauh ini, Dharmala tampaknya hanya mau bergabung dengan grup-grup pengembang besar. Apa mau kalau ada developer kecil yang mengajak kerjasama?

Untuk membangun rumah sederhana (RS) dan rumah sangat sederhana (RSS), Dharmala justru berniat menggandeng pengembang kecil yang mengkhususkan diri membangun RS dan RSS. Organisasi Dharmala kan sudah di *set- up* untuk proyek-proyek besar. Kurang efisien kalau kita juga mengembangkan RS dan RSS, selain juga tidak berpengalaman. Kepada pengembang yang masih kecil, saya juga ingin mengimbau agar tidak hanya meributkan kebesaran pengembang lain. Tapi coba pelajari bagaimana yang besar itu bisa tumbuh, lalu ambil

hikmah dari pengalaman mereka. Hampir semua pengembang yang saat ini besar, dulunya juga memulai dari kecil. Saya kira, tidak ada pengembang yang langsung besar.

Saat ini kita sudah bekerjasama dengan beberapa pengembang kecil, membangun rumah menengah dan RS/RSS. Proyek RSS di Manado sukses besar, baik dari segi penjualan maupun kualitasnya yang di atas rata-rata.

Harga saham Dharmala Intiland di pasar modal tampak menurun belakangan ini. Faktor apa ini?

Saham properti yang merosot harganya kan bukan cuma Dharmala. Hampir semua saham belakangan ini sedang jatuh. Fundamental Dharmala Intiland sendiri makin membaik. Tapi harga saham kan tidak berbanding lurus dengan kinerja perusahaan. Ada banyak faktor yang mempengaruhi naik turunnya harga saham di bursa. Di saat dolar naik, bunga bank naik, harga saham umumnya turun. Apalagi, investor di pasar modal kita sebagian besar sifatnya jangka pendek dan untuk spekulasi. Tahun 1996, saham Dharmala Intiland malah terus menanjak, seiring dengan terus membaiknya bisnis properti.

Kepada pengembang yang masih kecil, saya juga ingin mengimbau agar tidak hanya meributkan kebesaran pengembang lain. Tapi coba pelajari bagaimana yang besar itu bisa tumbuh, lalu ambil hikmah dari pengalaman mereka.

Prospek bisnis properti sendiri, saat ini menurut Anda bagaimana?

Subsektor perumahan tetap baik. Yang agak mencemaskan mungkin perkantoran dan apartemen. Tapi, bukan berarti tertutup peluang di dua subsektor itu. Apartemen tetap akan diminati dan menjadi trend. Cuma harganya yang mungkin perlu disesuaikan agar terjangkau masyarakat lapisan menengah. Karena itu, Dharmala akan membangun 10.000 unit apartemen dengan harga di bawah 1000 dolar AS per meter persegi. Demikian juga perkantoran, kalau desain dan fasilitasnya baik, tetap punya prospek. Contohnya Wisma Dharmala Sakti. Sejak beroperasi tahun 1986 tingkat huniannya selalu di atas 98%. Padahal harga sewanya selalu jauh di atas rata-rata tarif sewa perkantoran di CBD. Mengapa bisa begitu? Karena di Wisma Dharmala Sakti penyewa merasa sangat nyaman.

Tapi biaya pembangunan Wisma Dharmala itu kan sangat tinggi?

Kalau bicara gedung jangkung, dana bukan masalah besar. Yang penting, tingkat hunian yang bisa dicapai dan berapa lama gedung itu bertahan. Buat apa murah, tapi setelah 20 tahun harus dibongkar lagi.

Ada minat berekspansi ke bisnis lain di luar properti?

Saya ingin lebih mencurahkan

BERSAMA MANTAN MENPERA DRS. COSMAS BATUBARA

perhatian ke properti. Bagian lain biarlah orang yang mengerjakannya. Setiap developer yang ingin besar, saya kira mesti *full time* dan konsentrasi ke proyeknya. Bisnis properti tidak bisa dilakukan secara sambilan, apalagi *hit and run*.

Latar belakang pendidikan formal pria kelahiran Malang, 1950 ini hanya sekolah Cina setingkat SMA di Malang. Setelah lulus, orang tuanya menyarankan Hendro agar magang di tempat Suhargo Gondokusumo di Surabaya, yang kebetulan masih pamannya sendiri. Hendro adalah anak ketiga Susanto Gondokusumo, kakak Suhargo. Kegiatan usaha Suhargo ketika itu di perdagangan. Hendro membantu apa saja yang ia bisa, antara lain di bagian gudang. Ia kemudian ditugaskan mengurusi bagian ekspedisi dan bagian ekspor. Pertengahan 1967 ia dipercaya menangani bisnis gula di Lampung.

Pengalaman Hendro di bisnis properti berawal ketika ia dipercaya sebagai asisten direktur utama di proyek Cilandak Garden Housing, Lebak Lubus, Jakarta Selatan, yang dikembangkan Suhargo Gondokusumo bersama mitranya Usman Sudargo. Di sinilah Hendro mulai belajar mengenai seluk beluk bisnis properti, mulai mengurus perizinan, membebaskan tanah, menca kontraktor, sampai pembangunanny "Semua saya kerjakan sambil belajar, ujar pria berambut lurus ini, mengenan Berhasil mengembangkan proyek tad Hendro dipercaya menangani proyek de proyek yang dikembangkan Dharmala.

Tahun 1991, di saat ia sudah mend duki posisi direktur di beberap perusahaan properti Dharmala, Hendr mengikuti kursus manajemen modern d National University of Singapore. Sela menjabat sebagai Dirut PT Dharmal Intiland, saat ini Hendro juga menjaba sebagai komisaris di berbagai perusahaa dalam Grup Dharmala. Ia juga menjad salah seorang anggota board of directo Dharmala Group. Dari segi keduduka yang diraihnya saat ini, Hendro mengak sudah cukup puas. Tapi dari segi karya menurutnya, "Saya masih harus banya belajar."

Lelaki dengan shio macan ini selal menolak menjawab setiap ditanya tentang tanggal lahir dan keluarganya. Juga saa ditanya tentang peluangnya dalam menerima estafeta puncak kepemimpinan d Dharmala Group. "Itu sudah dipikirkan Pa Go (Suhargo Gondokusumo)," ujarnya ■

INDEKS KARYA:

- Pantai Mutiara
- Taman Semanan Indah
- Talaga Bestari
- Apartemen & Perumahan Grande Famili
- Darma Raya Trawas
- Hotel Raya Bromo
- Wisma Dharmala Sakti
- Apartemen Kintamani
- Apartemen Prada Menteng

Pintu gerbang Talaga Bestari.

TALAGA BESTARI

Permukiman bersuasana edukatif di Barat Jakarta

Fenomena hidup berkeluarga di kota besar adalah semakin sibuknya para orang tua sehingga sulit untuk menyisihkan waktu bagi pendidikan anak-anaknya di rumah. Kondisi ini, di mata pengembang PT Dharmala Intiland, melahirkan perenungan tersendiri, bagaimana ikut membantu para orang tua yang ingin mendidik anaknya di rumah tapi mereka sendiri tetap dapat melangsungkan kegiatannya dengan tenang di tempat kerja.

"Jungle Boulevard" yang mulai terbentuk.
Di kejauhan adalah rumah-rumah tahap pertama.

Renungan itu akhirnya sampai pada suatu kesimpulan : merancang suatu kawasan hunian yang nyaman dan aman di mana di dalamnya kaya dengan berbagai fasilitas bernuansa edukasi. Artinya, tanpa merasa dipaksakan, dengan berbagai fasilitas unggulan yang ada itu, si anak tetap merasa dalam dunia bermain, namun tanpa disadarinya dia sedang belajar banyak hal yang berguna bagi perkembangan jiwanya kelak. Dan para orang tua sendiri, mendapat dua hal berharga sekaligus : sebuah kawasan hunian yang nyaman dan aman juga "guru" yang baik bagi anak-anaknya.

"Gagasan membangun perumahan bertema pengetahuan ini dilandasi pemikiran bahwa anak-anak tidak saja memerlukan pendidikan formal. Tapi, juga kegiatan yang memacu anak berpikir aktif-kreatif. Sehingga dalam bermain, anak-anak sekaligus belajar. Hal yang tidak mereka dapatkan bangku di sekolah, bisa mereka peroleh di Talaga Bestari," papar Hendro S. Gondokusumo, Presiden Direktur PT DIL.

Bagaimanakah wujud per-mukiman idealistik itu? Sebuah jawaban konkret akan Anda dapatkan pada proyek permukiman seluas 230 ha yang ditangani oleh perancang khusus kenamaan yang memiliki reputasi di bidangnya. Belt Collins. Ada pula arsitek Peddle Thorp dari Australia yang mendesain stadium olympic tahun 2000 di Sydney nanti dan Paul Rudolph yang terkenal dengan desain gedung Wisma Dharmala Sakti. Mereka mengerahkan seluruh kemampuannya untuk menciptakan kawasan hunian yang kelak bukan saja nyaman namun juga memiliki nilai idealistik. Pengembang pun konsisten memberikan nilai pendidikan (*learning*) pada setiap aspek proyek ini.

Burung Kasuari, salah satu penghuni setia Talaga Bestari, siap menyapa dengan ramah.

Rusa yang sudah beranak- pinak di Talaga Bestari.

Begitu memasuki *main gate* Talaga Bestari, beberapa menit selepas pintu keluar tol Balaraja Timur, Tangerang, sentuhan tangan mereka segera saja terasa dan "proses belajar" dimulai. Berbagai jenis pohon besar dan tumbuhan berdaun lebar lainnya yang merimbun di kiri-kanan jalur utama itu. Inilah yang disebut *jungle boulevard* yang juga diperuntukkan bagi taman dan tumbuhan peneduh. Panjang *jungle boulevard* ini mencapai 5 km.

Tak cukup hanya itu. Berdampingan dengan *boulevard*, pengembang juga mengalokasikan lahan bagi berbagai jenis pohon hasil kerjasama dengan Kebun Raya Bogor dan *Majalah Trubus*. Pohon-pohon ini diberi papan-papan nama di dekatnya yang menceritakan keluarga serta asal-usul dan informasi tanaman tersebut seperti ibaratnya sebuah perpustakaan. Perpustakaan hidup ini dapat dilihat atau dirasakan di seluruh proyek. Jadi, tinggal di dalam Talaga Bestari adalah tinggal di dalam sebuah perpustakaan seluas 230 hektar. Salah satu wujud komitmen PT DIL dalam membentuk perpustakaan hidup ini tonggak awalnya dilakukan melalui penanaman seribu pohon, Nopember 1996 lalu. Setiap anggota DIL menanam sebuah pohon. Selain identitas pohon pohon itu sendiri, pohon-pohon itu juga diberi nama penanamnya

Tipe rumah bergaya arsitektur tropika.

sehingga menciptakan suatu ikatan emosional antara penanam dan tanaman-tanaman itu. Hal yang akan terus dilakukan oleh setiap orang yang datang ke Talaga Bestari ini sehingga pada akhirnya menimbulkan rasa memiliki perpustakaan hidup; kita dapat menjumpai tumbuhan langka seperti pisang Brazil dan tumbuhan lainnya yang menjadi primadona Kebun Raya Bogor yang dilindungi, yakni kayu hitam (*diospyros celebica*) dan *victoria regia* (teratai raksasa) yang tahan diduduki seorang anak kecil di atasnya. Tanpa disadari, dengan duduk diatas tanaman itu, si anak secara otomatis akan bertanya dan belajar mengenai teratai (pohon) yang didudukinya itu.

Hal lain yang mengatakan kepedulian terhadap alam dinyatakan melalui kehadiran Taman Rusa yang diawasi oleh dokter hewan, juga Taman Burung yang berbeda dari kebanyakan taman burung yang ada. Kalau taman burung di tempat lain berupa kubah besi , maka di Talaga Bestari bentuknya adalah sebuah *existing village* yang luas dan padat dengan pepohonan. Kemudiaan "perkampungan" ini di kurung jaring. "Kesan alami yang ditimbulkannya memungkinkan burung-burung hidup mendekati habitat aslinya," ujar Ir. Permadi Indra Yoga, Planning Manager Talaga Bestari. Keberadaan habitat asli ini memungkinkan anak-anak belajar tidak hanya dari buku, tapi juga melihat daur hidup, dan penerapan ekosistem itu sendiri.

Semua upaya ini dilandasi keyakinan bahwa dengan mengajarkan anak-anak mencintai alam berarti kita memberikan jaminan bahwa mereka akan hidup di dunia yang hijau.

Pengembang tak bermaksud bermain-main dengan proyeknya yang satu ini. Talaga Bestari pun dilengkapi dengan perpustakaan anak atau taman bacaan. "Namun tak menerapkan pola perpustakaan yang banyak dikenal di sini yang terkesan menjenuhkan bagi kebanyakan pengunjung anak-anak. Untuk itu ia mengundang pakar perpustakaan dari Singapura untuk merancang sebuah perpustakaan yang unik dan menyenangkan bagi anak-anak," kata Thomas Kustianto, Direktur PT DIL.

Di sini anak-anak diajar untuk bertanggung jawab atas buku-buku yang digunakan dengan kesadaran sendiri. Suasana perpustakaan akan dibuat familiar dengan anak-anak. Misalnya ada pohon-pohonan besar sehingga akan terkesan mereka membaca di bawah pohon. Anak-anak juga akan diberi pelajaran bagaimana berprilaku saat orang tua tidak di rumah, menghidupkan dan mematikan televisi, dan aktivitas positif lainnya.

Perhatian pada konsep perumahan bertema pendidikan dan pengetahuan ini tentu saja diimbangi oleh hunian yang berkualitas. Kelak andai seluruh kawasan selesai dibangun, akan terdapat sekitar 7000 unit rumah berbagai tipe, termasuk sekitar 300 unit perumahan karyawan PT DIL. "Pada tahap pertama sekarang ini sedang diselesaikan 500 unit rumah. Pada

Kira-kira beginilah suasana tinggal di Talaga Bestari, akrab dengan alam dan dikelilingi tanaman-tanaman khas dari Kebun Raya Bogor.

Juni tahun ini untuk pertama kalinya akan serahkan sekitar 90 unit kepada konsumen," tambah Thomas.

Berbagai tipe rumah dengan arsitektur tropikal klasik tersedia di sini. Mulai dari tipe 45/90; 53/126; 107/162, dan 183/300. Nama-nama tipe rumah ini terdengar indah karena menggunakan istilah warna seperti magenta, prusian, dll. Arsitektur rumah umumnya berlangit-langit tinggi. "Hal ini untuk memberikan kesempatan kepada penghuninya melakukan ekspansi secara vertikal," kata Cindy Tando, Asisten Manajer Talaga Bestari seraya menegaskan bahwa bahan-bahan bangunan kayu yang digunakannya berkualitas tinggi dan terpilih.

Setiap aspek dari proyek ini memiliki nilai pendidikan bagi warga. Dibawah nama-nama jalan akan ada *caption* yang menceritakan tentang ilmuwan atau temuannya. Nama-nama jalan lingkungan yang ada dibuat berdasarkan nama-nama tokoh ilmuwan dunia. Misalnya, Jalan James Watt, Jalan Einstein, dan seterusnya.

Dari teras kantor pemasaran, anda dapat menikmati pemandangan menyeluruh kawasan Talaga Bestari.

Fasilitas yang biasa Anda temukan di permukiman lain, akan juga dengan mudah ditemui di sini. Karena pengembangnya bersiap membangun *supermarket*, sekolah, *community centre* (gedung serba guna), fasilitas olahraga, kesehatan, dan sebagainya. Untuk tingkatan masyarakat yang lebih luas, Talaga Bestari juga membangun sebuah pusat pelatihan (training centre). "Fasilitas ini disediakan bukan saja bagi warga, namun juga untuk para industriawan yang ingin menambah wawasan dan *skills* karyawannya yang bekerja tidak hanya di seputar Tangerang dan Cilegon tapi juga untuk kegiatan internasional," kata Thomas. Mereka tak perlu cemas dengan fasilitas seperti *televideo conference*, internet, dan tenaga pengajar, dll. Semua kebutuhan itu disiapkan pengelolanya.

Penanaman 1000 pohon di Talaga Bestari.

Yang tidak kalah penting dari semua itu adalah aksesibilitas Talaga Bestari melalui jalan tol yang mudah dicapai. Dari kawasan Semanggi hanya membutuhkan waktu 40 menit. Selain itu dapat di tempuh juga melalui jalan negara selebar 20 meter yang melintasi kawasan itu via Pasar Kemis.

Di tengah era globalisasi yang menuntut lahirnya generasi muda yang unggul di semua lini, tak pelak lagi, Talaga Bestari adalah kawasan hunian yang dirancang untuk turut serta dalam upaya mencerdaskan bangsa. ***